



慶應義塾大学ビジネス・スクール

カウンターしゃぶしゃぶ「しゃぶ珍」

昭和59年11月27日、迫り来る年の瀬のあわただしさを感じながら閉店後、オーナーである汐見和順氏は一人、5年前の創業時の事をぼんやり思いうかべていた。

ダウンライトだけになった店内は、ペーソスにあふれたチャップリンのパネルだけがもの寂しく、スポットライトに照らされていた。

ともかく試行錯誤の内に懸命に働き、来月で銀行からの借入金は完済する。創業時の不安とあせりはまるで昨日の事ようである。今日では広島でしゃぶしゃぶ専門店として独自の地位を築き上げて来たが、客席、回転率に限界があり今後の発展の為にはどう対応したらよいかとパネルのチャップリンにひとり語りかけていた。

店舗創設の背景と汐見氏

汐見和順氏（現34才）は、大学を卒業すると活動の場を海外に求めてある中堅商社への入社が内定していた。ところが長男である氏は、どうしても広島に帰って来いと両親の懇願に負け広島に帰って来た。政令都市になったとは言え広島に思い通りの職はなく、既に就職シーズンも過ぎていた。しかし遊んでいるわけにはいかず、とりあえず地元本部を置くある中堅リ
ージョナルスーパーの本部開発部要員として入社した。現在では2部上場、年商1,000億円、従業員3,000人までに企業は成長している。

腰掛のつもりで入社したが、時代の要請と経済の高度成長に支えられ、店舗拡張は順調に進んだ。熾烈を極める流通戦争の中で彼は日夜を問わずよく働いた。会社をやめる8年余の間、出店の大半をほとんど一人で手がけ、すでに20代後半にして異例の早さで課長職を得ていた。

彼はその間を振り返って「もともと、好きで入った業界でなかったのに8年も9年もよく続いたと自分でも感心しています。その原動力はおかしな話ですが“明日こそはやめてやる”という思いなのです。いつでも会社をやめられるよう仕事を片づけておく、という気持がかえってよかったのではないかと語っています」と語っている。

彼は、在職中大型店舗を中心にあらゆる店舗を見てまわった。時には出張見学で欧米まで足を運んだ。もともとエンジニアである彼はサービス業としての店舗のあり方を感覚だけでなく、出来るだけ理論的かつ構造的にとらえ、彼なりの店舗知識を深めていった。

このケースは、慶應義塾大学嶋口充輝助教授の指導の下にクラス討議の材料として久保田芳文が作成したものである。

同時に出店にかかわる人的配慮も彼の仕事のひとつで、地元関係者、商工会議所役員、地方選出議員等、利害関係者の懐柔と接待に主だった飲食店を利用した。高級店だけがもつ雰囲気と味を楽しむだけの余裕は彼にはなかった。非常に気をつかう仕事であったことは想像にかたくない。

その中で彼が感じたものは、「このような高級店は社用でなければとうてい行けぬ所である。格式も高く、料金も高い。我々年代のサラリーマンが気軽に彼女と食事が出来るところ、あるいは軽い接待に使ってもおかしくないという所は意外とないものだ」ということであった。

自称、グルメの汐見和順氏は、その日から広島市はもとより出張先でも情報をたよりに「うまいもの店」を尋ね歩いた。しかし自分の意にかなう所はなかった。

ビル計画

汐見氏の父が所有している老朽化した木造アパートが市内中区国泰寺という商業地域であるが、中心より少し離れた場所にあった。一階は老夫婦が細々と営む散髪屋であり、二階は安アパートであった。いたみも激しく、このまゝでは補修費もかかり家賃も取れない状態であった。いっそ取り壊して更地にした方が良いというのが彼の父の考えであった。彼の父と散髪屋との長年の信頼関係のもとに、比較的安い50万円という立退補償金で交渉が成立し、この建物を撤去してしまった。

汐見氏は跡地利用についてあれこれ考えていた。それとはなしに今まで見て来た店舗イメージを製図板の上に引き、それを出入の建設会社に見せたところ具体的な話ではないと断っておいたにもかかわらず次には見積りまで出て来た。そこで、それを元に、仕事で得た事業計画の知識を活かし資金調達と資金繰表を作ってみた。会社の計画ではなく自分自身の計画ということで規模は小さくとも軽い興奮すらあったという。

これが本物であれば、銀行が金を貸さないわけではないと思い2～3の銀行に行ったところ、かろうじて信用金庫だけから確かな感触を得た。このチャンスを逃がすまいと実行することを彼は決意した。「誠にひょうたんから駒が出たような話で、今から考えれば背すじがぞっとする思いです」と氏は語っている。いずれにせよ彼は建設費5,000万円、店舗費1,500万円、運転資金500万円を年率8.3%で借り入れることに成功した。ついでながら、当時彼には預金というものは一切なかった。

商品と店舗コンセプト

全額借り入れの事業計画では、単なる賃貸業ではペイしない。その為には、リスクを犯しても一階の店舗はどうしても自営にする必要がある。幸いにも土地は彼の父所有であり使用貸借契約であれば必ずしも地代を払う必要はない。自社ビルであるので家賃換算も限界まで切り下げられる。損益分岐点は低いが、資金繰を考慮すると日銭が入る現金商売が望ましい。店づくりには多くの実績はあるが、商売は素人同然である汐見氏は何をやるべきか随分と悩んだ。

喫茶店は安直に開業できるが、この辺では1日せいぜい3～5万円の売上があれば良い方だろう。もっと付加価値を高めるには食べ物屋をやる方がよい。今こそ、これまで自分が描いてきた我々世代のニーズに合った店をつくるべきであると思い、以前出張の際行った印象に残る銀座の「しゃぶ善」へもう一度出向くことにした。

銀座の「しゃぶ善」はざくろチェーンの経営であり、しゃぶしゃぶの専門店である。食事時になれば、待ち席もいっぱいになり店外にあふれ出るほど盛況であった。しゃぶしゃぶは数人が大きな鍋を囲って食べるのが通常のパターンであるが、この店では一人にひとつの鍋が与えられ、メニューもとんしゃぶ、牛しゃぶ、魚貝類、海藻類といった具合に自分の好みで選ぶ事ができ、組合せも自由であった。価格も2000円から3000円で、そのボリュームから納得のゆくりリーズナブルな価格であった。

日本古来のしゃぶしゃぶを円形のカウンター形式を取り、中央で肉をスライスして見せるオープンキッチンスタイルで、細分化したメニューを顧客ニーズに合わせて対応していた。一人用の鍋であるので、誰にじゃまされる事もなくマイペースで自分の好きなものから食べられるという完全個人主義を食事に反映させている。インテリアは白壁と黒柱を基調としたシックな日本調であった。

汐見氏の目にその時キラリと光るものを感じた。「広島にこれを導入しよう。しかし単なる模倣では芸がない。インテリアはもっとルーミーなアメリカンスタイルにすれば、より若い層にアピールするだろう。BGMは軽快なポップスを流そう。レジには出来れば美しい女子大生のバイトを使おう」と考えた。仮にこの様なスタイルの店が出来れば、広島ではしゃぶしゃぶを食べる様式として、全く新しい概念を導入することになるといい。

彼の夢は実現に向けて大きく動き出した。その後の具体化へのさまざまなアクションの末、ついにアメリカン・スタイル「しゃぶ珍」が誕生することになった。

(11月27日オープンのパンフレットは資料1-1, 1-2に示されている。)

エクステリアとインテリア

一見の客が店を選ぶ基準について汐見氏は、「それは女性を選ぶのと同じだと思います。まず、美人であるにこした事はないし、さらに性格が良いことも望まれる要素だと思います。つまり性格はつきあってみないとわからないが、第一印象はやはり外観で決めてしまうのではないのでしょうか？ お店も同じことで、入ってみたいと思わせる外装とステキな店だと思わせる内装が必要です。さらにサービスと味で本当の良さ、つまり性格を知ってもらうこと」と語っている。

彼はビルの外装を「ヤキスギのレンガタイル」と「スペイン瓦」にし、南欧調のクラシックで落ちつきのあるものとした(資料2)。「しゃぶしゃぶをアメリカンスタイルで」をモットーに、内装はステンレスのもつ近代性と米松の木目を生かした暖かさを基調にし、床にはコルクタイル、イスはスチールパイプのラタン張りとした。さらに入口部分には黒みかげ石を使い、

サイン看板はアクリルミラーの切り抜きとしモダンさを強調した。カウンターは客席をできるだけ確保する為ユニークな多角形であり、ブナの寄木合板といったもので、最近のカフェバーが持つ要素を多く含んでいた(資料3)。1979年当時広島において、かなり時代を先取りした革新的試みであったことは事実である。

エンジニアである汐見氏の設計理念は“最高の設計と素材”であり、最初からグレードを落した設計や材料を使わないというものであった。まず、最高のものを描いてみて、予算と用途に合わせてグレードダウンさせるやり方である。例えば、カウンターは最初の段階ではヒノ木の寄木であったが、同様のイメージが得られる安価なブナ材とした。しかしどうしてもその材料の持味でなければ表現できない所は、妥協を許さなかった。

さらに自分の描くイメージを設計者に的確に伝える為、彼は勤め先の資料室から「商業建築」という専門誌の切り抜きをスクラップし打合せの際具体的に提示した。この方法は設計者にとっても施主にとっても互の意志疎通という面において非常に有効な手段であった。

これから生れたものは、従来あった日本食は日本調インテリアというイメージを打破し、西歐風インテリアの中で“しゃぶしゃぶ”という意外性を内外装の斉合性でうまく融合させていた。

味

しゃぶしゃぶの味の決め手は材料以上にタレである。各店は独自の味を持っていて、その成分は極秘中の極秘である。大きな店でも製法を知る者は、店主と料理長だけである。

汐見氏はサラリーマンであり調理の経験も知識もなかった。タレなど簡単に出来ると思っていたらしく、オープン直前になってわからないと判った時の彼の狼狽ぶりが想像される。ところが偶然にもこの問題は解決されることになる。

銀座「しゃぶ善」からのれん分けした店が大阪北千里にあった。そこでかって店長をやっていた男が、偶然にも採用したコックの知人であったことから急速に明るい光がさして来た。汐見氏は後光がさす思いでコックからの情報を聞いたという。

さっそくかって店長であった小林氏を広島に招き試作を重ねた。彼も正式に伝授されたわけではなく、店主がタレを作る現場から盗み取りしたメモを頼りに試作をした。それほど秘密は厳格なものであった。成分は白みそ、ラオチュー、白ゴマなど実に18種類から成り立っておりその配分の違いによって微妙に味が変わるのである(資料4)。しかもゴマを油状にスリつぶす為“ライカイ機”という70万円もする特殊な機械が必要であることも判明した。彼は、その特殊機械を製造している日本で2社しかないメーカー名を住所までメモしていた。誠に救いの神である。かくして、あっさりした風味のゴマだれを作り出す事に成功した。

ロゴタイプとキャラクター

“ロゴタイプ”も一種の店の顔であり、オーナーのセンスが問われるものである。汐見氏は

しゃぶしゃぶという既成の概念から脱しようと英文を考えた。しかし、あまりにもかけ離れているという意見も多く、オーソドックスな筆文字とし英文も同時に併用することとした。毛筆の持つ重さと暗さを、アクリルミラーの切り文字で逃げ、近代性とモダンさを打ち出すことにした。

彼は店にキャラクターが欲しいと思っていた。視覚的印象付けで顧客へ店のイメージをプリントインさせ、店名は忘れても「あのマークのある店」という事で訴求を考えていた。ディズニーキャラクターではオトナのイメージに遠い、又商標権にも抵触する。さりげなく見つけたものは、机の上に置いてあった筆箱にプリントされた「チャップリン」であった。しゃぶしゃぶとチャップリンに何ら脈絡はないが、ウィット、ヒューモア、親しみやすさ、それに大人のペースというものが彼が狙う店のイメージに合致していた。看板はもちろんパンフレット、チラシ、マッチ、サービス券等にチャップリンのキャラクターをあしらひ、店のイメージを印象付けることに決めた(資料5参照)。

又、彼はあちこちのギフトショップ、舶来輸入雑貨店からチャップリンのキャラクター商品を買ひ集め店にディスプレイした。その中の珍品は彼がロサンゼルス出張の際、映画の都ハリウッドで求めたものである。面白い現象としては、お客が逆にチャップリンのキャラクター物を持ってくるようになり、店内はさながらチャップリン見本市となった。

客からの質問に対しては「知られざる秘話として、チャップリンはしゃぶしゃぶが好物であった」と答えることにしていた。いずれにせよ、この意外な組合せがひとつのイメージを作り出し妙にこの店に似合っていた。

メニュー&プライス

団塊の世代をターゲットとしている以上、高価格では難かしい。さりとてあまり安くすることは上質のロース(牛)を使う以上原価率が高まる。そこで飲食税を払わなくても済む範囲の価格設定とすることにした。1人2000円までは無税であり、それ以上となると10%課税されることになる。

メインである牛しゃぶを1800円とし、残ったスープでぞうすいをつくりそれを200円とし、セットで2000円とするものである。価格に対する満足度を高める為ボリュームを多めとした。それでも粗利益は62~65%を確保することができた。又メイン商品との比較優位性を高める為、魚貝類を加えたスペシャルしゃぶしゃぶ2500円も設定した。(同店の損益計算書は資料6に示してある。)

パブリシティの意味も込めて昼のランチタイムは肉の質と量を落した牛しゃぶランチを提供し980円で好評を博した。店の存在を知ってもらうと同時に昼の客を夜再来させることがその目的であり昼の粗利益は50%を切っていた。

さらに毎日しゃぶしゃぶではあきるので、ステーキ、とんひれかつ、エビフライ、焼肉等のメニューを加えた。基本的には、しゃぶしゃぶと共通材料を多用し、ロスをできるだけ防ぐこ

とに努めた。飲物は、夜を中心にビール、酒、ウィスキー等アルコール類をそろえていたが、極力健全なレストランのイメージを損なわぬ配慮をした。

汐見氏はメーカー協賛システムをフル活用し、オープン時の食材、什器等その多くを提供させ、オープン時のロス軽減に役立てた。

広告・プロモーションとサービス

資金的余裕のない汐見氏にとって、広告費の捻出は不可能に近いものであった。当初、彼の勤め先や関係者が多く訪れ、人づてに評判が人を呼ぶという口コミでかなりの固定客をつかむことができた。しかしコミみでの伝播は確実ではあるがそのスピードは遅いものであった。ともかく多くの人にこの店の存在を知ってもらう事であり、一度来れば必ずもう一度来店させるだけの店の魅力を彼は信じていた。それには、マス媒体の活用が効果的であるが資金的余裕はなく、考えついたのは各種のミニコミ雑誌（資料9-1, 9-2）の売り込みと、地方新聞記者へのプロモートであった。

話題性を提供するに足る店であったので、彼らの取材動機を引くに十分なものがあつた。特に発行部数の多い地方紙「中国新聞」の“味ざんまい”（資料7）「中国路の味」（資料8）というコーナーに載った時は朝から晩まで客足が絶える事はなかった。それというのもこのコーナーは店が自からを売り込む広告ではなく、評判の良い店の紹介であったからである。又、広島に住む外国人向けミニコミ紙「サインポスト」に掲載された時も朝から晩まで“異人の館”となった。この業界においても英語の必要性を感じたと彼は語っていた。（各種パブリシティについては資料7~10参照）。

中都市におけるこの手の広告はかなり有効で、結果的に他薦という形態がメッセージの信頼度を高めたとも言えた。

この様にして広げた固定客を掴むのは、心のこもったサービスである。汐見氏自身が店に立つことはなかった。しかし常に客の立場として店を見ることを忘れなかった。と同時に自分が居なくてもやっていけるサービスのマニュアル化が必要であるとも感じていた。彼は客との対話を重んじ、事実、オープンキッチンはそのようなコミュニケーションには都合の良いものであったが職人であるコックは彼の期待通りの働きは出来なかった。

そこで職人としての彼らの特性を生かすサービスは、大事なお客様には、メニュー以外のその人の為だけの料理をそっと出すことであった。コックにはプロフェッショナルインセンティブを与え、顧客には自分はこの店に大事にされているという店へのロイヤリティーが芽ばえた。しかしこのサービスはあくまで店が暇な時に限られた。

人目に常にさらされているオープンキッチンは常に清潔さが求められ、キッチンのステンレスの輝きは日を追うごとに増していた。その後の各種クレジットカードへの加盟も店のステータスを高めると同時に顧客への便宜を計ったものであった。又、多少オーナーの趣味も兼ねてレジには容姿端麗な女子大生のバイトを使っていたことも男性客へのサービスと言えた。

汐見氏は店に居ない理由について次のようにのべていた。

「店がオープンしても2年余サラリーマンを続けていました。というのも万一失敗した場合借金返済に自分のサラリーを当てつもりでしたし、激しい流通戦争の中にあってはそう簡単にやめさせてくれませんでした。その為、自分が居なくてもやっていたシステム・マニュアル（資料11-1, 11-2）を多く作りましたが、私どもの小さな店ではそれを十分守れる人材が集まりません。しかし従業員にとって信頼し、まかされているという気持はかえって彼らの刺激になり良く働いてくれました。事実、金銭的事故はほとんどありませんでした。そうすることで私は常に客の立場で店を見ることができたのです。店に立たない最大の理由は、この小さな店に自分を埋没させたくないということでしょうか」。しかし順調に伸びて来たかに見える一方、その内側では彼はいくつかの問題をもかかえていた。

さまざまな問題点

しゃぶしゃぶという料理は特別難かしい技術を要するものはない。強いて上げるとするならばタレの秘訣ぐらいのものである。他のメニューとて同様である。素人の汐見氏にとってそのことは好都合であったがプロの料理人を引き止めるには魅力の乏しいものでもあった。見習いコックですら2～3カ月もすれば完全に習得できるものでありフランス料理のような奥の深さはない。その結果、半年から1年のサイクルで人の出入があった。彼らの仕事に対するインセンティブを高める為予算以上の売上に対する歩合制も採用してみたがさしたる効果は見られなかった。

職人である彼らは店を転々とする事でキャリアパスを積む習慣があり、言わば固定給中心のマネタリーインセンティブのみがきく世界であり、人の問題、手配に終始彼は悩んでいた。

売上が限界に近づいていることも彼は感じていた。カウンタ席数20席の回転率は、しゃぶしゃぶという料理の性格をもってして昼2～2.5回転、夜1.5～2回転が限界で、売上としては1日最高35万円をピークに平均15～20万円というところであった。その結果、オープン以来通してきた価格を上げるか、原材料を落して粗利益を上げるか、仕入の方法を改善するかといった何らかの手を打つ必要を感じていた。

5年という歳月の間に起った環境変化にこの店は対応してきたであろうか、理念やポリシーは新鮮さを失ってはないか等、曲り角に苦悩する彼の姿がそこにあった。

🌀 ごあいさつ 🌀

アメリカンスタイルでしゃぶしゃぶをどうぞ。

広島に新しいスタイルでオープンしました。

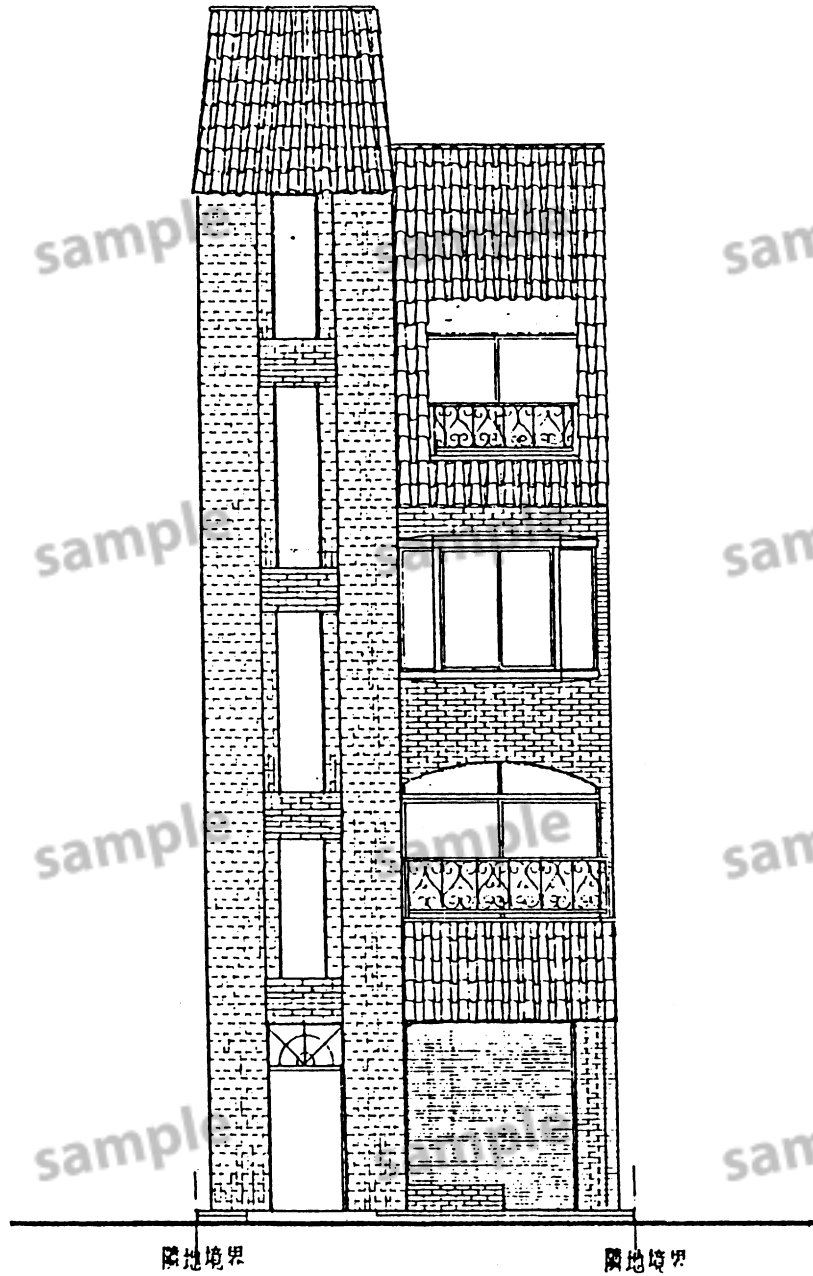
カウンターで1人に1個の手製の銅鍋、スナックスタイルの気軽なしゃぶしゃぶのお店です。おひとりで、グループで、ファミリーで自慢の特製タレをご賞味ください。ランチタイムはサービスメニュー、**とんしゃぶ**

夜はスペシャルメニュー **特製しゃぶ珍ステーキ** とムードをかえてお食事をお楽しみください。

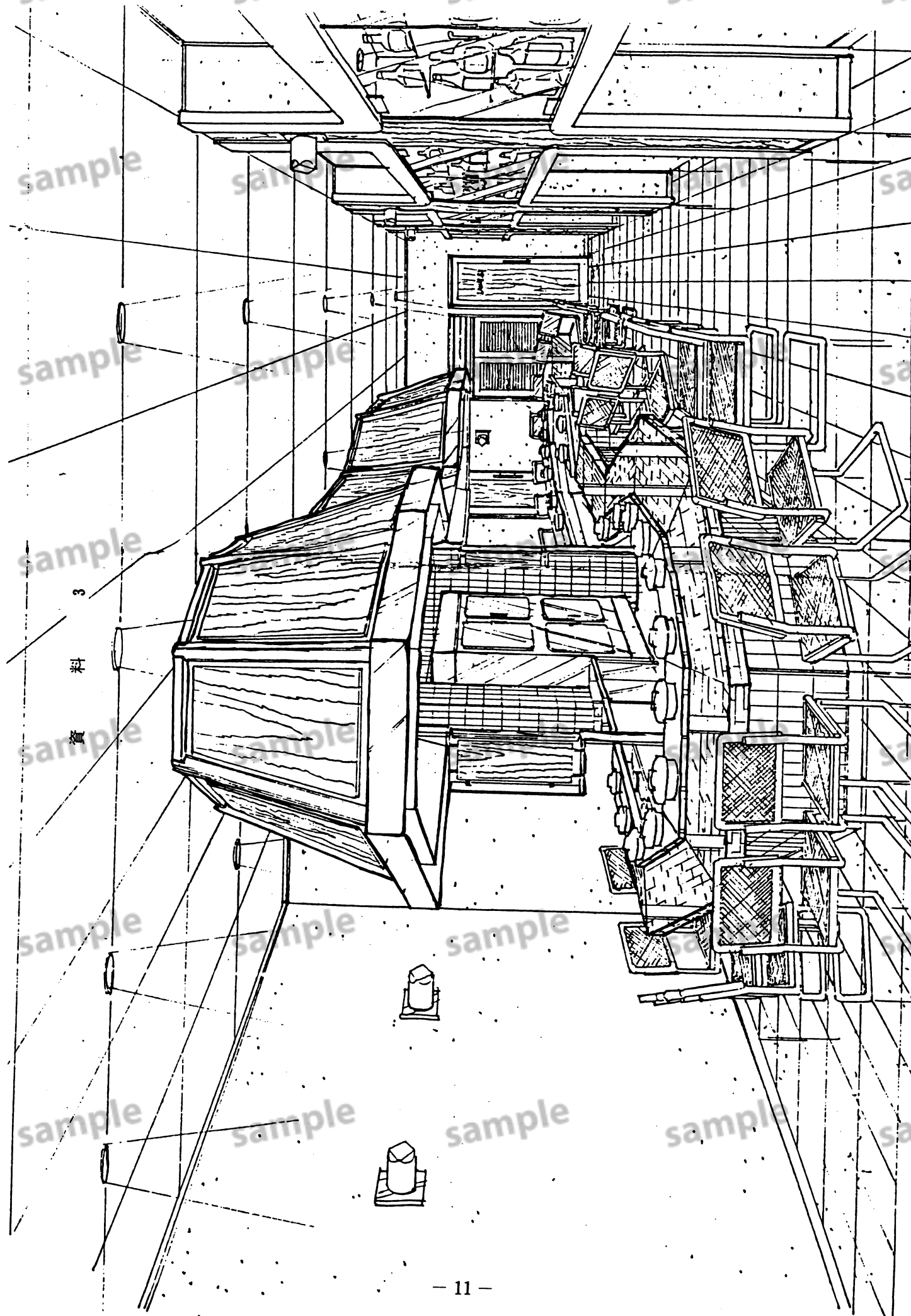
また、お仕事のあとの安堵のひとつときはグラスを傾むけアダルトな時間をおすごしください。



	<p>SHABUCHIN 🌀</p> <p>しゃぶ珍</p> <p>〒730 広島市国楽寺町1丁目1-6(デミハウス1F) ☎0822-46-7327</p>
--	--



東面立面圖 SCALE 1:100



3

資料

資 料 4

㊞

しゃぶ珍 ごまだれ成分

1. 白みそ	1.5K g
2. 白ゴマ	1.5K g
3. サラダ油	3,200 cc
4. 日本酒(2級)	800 cc
5. 老酒	800 cc
6. 酢	800 cc
7. ポン酢	800 cc
8. 濃口しょう油	1,600 cc
9. うす口しょう油	1,600 cc
10. みりん	1,600 cc
11. フレンチマスタード	少々
12. 唐ばんちゃ	//
13. 紅ふにゅう	//
14. 白ふにゅう	//
15. 牡油	大きじ 1
16. 塩	中さじ 1
17. 肉汁(エキストラート)	少々
18. 中華シャンタン	800 g に対してぬるま湯3,200 cc

ぼん酢(温)

酢	1本
ポン酢	1本
しょう油	1本
甘露	5合
みりん	5合
カンザ	5合
出しカツオ	2にぎり
出しコブ	1本

ほん酢(冷)

ポン酢	1本
酢	1本
キッコウマンしょう油	2.5合
酒	3合
みりん	3合
甘露	6合
出しカツオ	2にぎり
出しコブ	1本

SHABUCHIN

しゃぶちゃん

資料 13-1

資料 13-2

領収書

毎度ありがとうございます

No.

年 月 日

様

¥

但

上記正に領収いたしました

SHABUCHIN



〒730 広島市中区国泰寺町1-1-6

(デミハウス1F)

TEL (0822)46-7327

サービス券


(PM 2:00以降)

¥500



●当券持参の方お食事代金から上記金額を割引させていただきます

有効期限 昭和54年11月27日～昭和54年12月31日迄

<p>SHABUCHIN </p> <p>しゃぶちゃん</p>	<p>〒730 広島市国泰寺町1丁目1-6(デミハウス1F)</p> <p>☎0822-46-7327</p>
--	---

資 料 6

しゃぶ珍

損 益 計 算 書 <年間>

(過去3年間の平均 S 57～S 59)

<千円>

		年 間	対売上比率	備 考
売 上 高		45,000		150,000円/日
粗 利 益		27,000	60.0%	原価率約 38～42%
営 業 経 費	人 件 費	9,940	22.1%	4名 { 店長 1名 チーフ 1名 その他 2名
	減 価 償 却 費	3,273	7.3%	
	水 道 光 熱 費	2,925	6.5%	
	消 耗 品 そ の 他	2,699	6.0%	
計		18,837	41.9%	
営 業 利 益		8,163	18.1%	
銀 行 返 済 金		5,049	11.2%	{ 設備費+稼動資本 1,500万+ 500万= 2,000万 金利 8.3% 5年均等償還
純 利 益		3,114	6.9%	
※	キ ャ ッ シ ュ ・ フ ロ ー	6,387		キ ャ ッ シ ュ ・ フ ロ ー = 純利益+償却

味自慢

100名の羽黒くん、山崎安、山中光善、
3ちゃん、若谷伸二、若村裕之...1集

しやぶ珍
中区国華寺1-1-5
☎246-7327



順不同、食べたいものから鍋へGo!!
紹介者
安芸区矢野町 立石千晴

並木通りの南端、ミラトクラスの豊城と黒脚影石の入口がこのお店の目印です。
店内はというと、和風料理店の型を破り、アメリカンフットボールスタイル。全席カウンター方式で、一人一皿という洒落たお店です。
なぜこのようにしたのか、一人用だとスペースで、自分の食べたいものから鍋に入れたいのでしょ、というのには、チーフコックマンの語。
しやぶしやぶの命ともいえるタレは、この店のオリジナル。18種類の材料を使い、2日かかりでつくるこのタレは、万人に響け

る味なのです。
タレは後でスープにしたり、飯を入れて雑炊にする人が多く、最後まで楽しめます。
しやぶしやぶの他にもポリコームたっぷりのメニューが並んでいます。
しやぶ自慢コースとして、しやぶ珍スペシャル、牛しやぶなど、ランチタイムに良い、ディナータイムに良い、ムートは焼肉。ウィークデーには動物の日曜日は家族連れ、いつでも満席。
営業時間 11:00-22:00
定休日 月曜日
駐車場 無

MENU

生しやぶ定食	980円
とんかつ定食	800円
とんひれかつ	650円
エビフライ	700円
ポテト	200円



味自慢
18種類調合のタレ

18種類調合のタレ



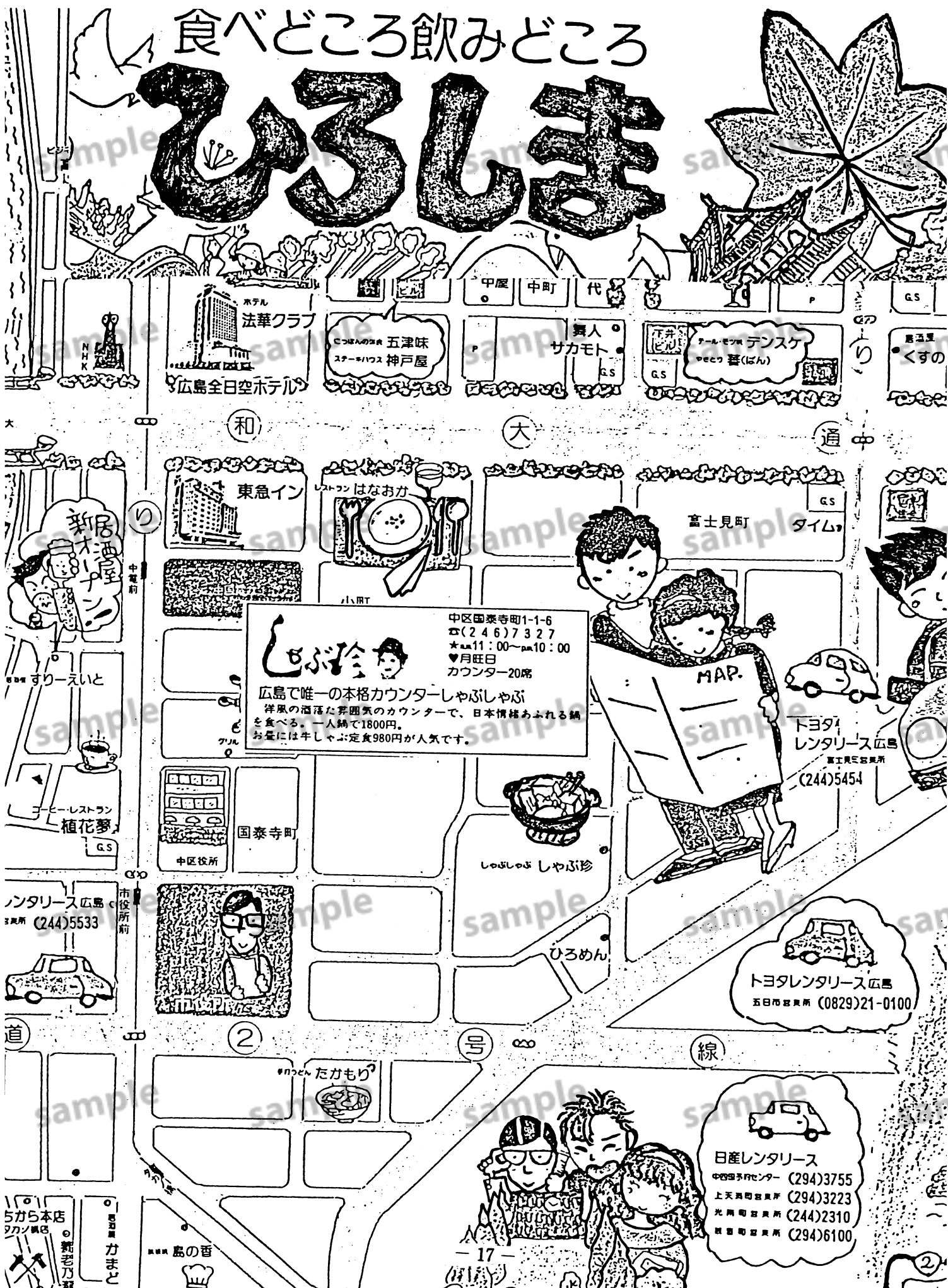
味自慢のしやぶは、18種類の材料を使い、2日かかりでつくるこのタレは、万人に響ける味なのです。
タレは後でスープにしたり、飯を入れて雑炊にする人が多く、最後まで楽しめます。
しやぶしやぶの他にもポリコームたっぷりのメニューが並んでいます。
しやぶ自慢コースとして、しやぶ珍スペシャル、牛しやぶなど、ランチタイムに良い、ディナータイムに良い、ムートは焼肉。ウィークデーには動物の日曜日は家族連れ、いつでも満席。
営業時間 11:00-22:00
定休日 月曜日
駐車場 無

安芸区国華寺1-1-5
(矢野町) 味自慢

味自慢のしやぶは、18種類の材料を使い、2日かかりでつくるこのタレは、万人に響ける味なのです。
タレは後でスープにしたり、飯を入れて雑炊にする人が多く、最後まで楽しめます。
しやぶしやぶの他にもポリコームたっぷりのメニューが並んでいます。
しやぶ自慢コースとして、しやぶ珍スペシャル、牛しやぶなど、ランチタイムに良い、ディナータイムに良い、ムートは焼肉。ウィークデーには動物の日曜日は家族連れ、いつでも満席。
営業時間 11:00-22:00
定休日 月曜日
駐車場 無

食べどころ飲みどころ

ひろしま



しやぶ珍

中区国泰寺町1-1-6
☎(246)7327
★am11:00~pm10:00
♥月曜日
カウンター20席

広島で唯一の本格カウンターしゃぶしゃぶ
洋風の洒落た雰囲気のカウンターで、日本情緒あふれる鍋
を食べる。一人鍋で1800円。
お昼には牛しゃぶ定食980円が人気です。

富士見町

トヨタ
レンタリース広島
〒730-0001
東区東区東区
(244)5454

トヨタレンタリース広島
五日市営業所 (0829)21-0100

日産レンタリース
中西区事務所 (294)3755
上天満町営業所 (294)3223
光南町営業所 (244)2310
東区営業所 (294)6100

12

DINING OUT**SHABUCHIN**

1-6 1-chome
Kokutaiji
Naka-ku
Hiroshima City
Tel. 46-7327
Open 10:00 to 22:00
Closed on Mondays.



"Shabuchin" is a specialty restaurant for shabu-shabu, a combination of meat and vegetables cooked by the customer in boiling stock and then eaten with a dipping sauce. The restaurant which belongs to Mr. Kubota has been open two years and is situated on the first floor of a four-storied brick building near the center of the 100 meter road (see map for further details). At the entrance you will see a sign with Charlie Chaplin's head in the corner. The interior is mainly American pine trimmed with metal. Shabuchin is well-known to the gourmets of Hiroshima.

There is seating for 20 people, all arranged at the center. This ensures that each person is able to cook his own shabu-shabu in the individual copper receptacles provided. The vegetables are served in a bamboo basket; again in individual portions. This arrangement removes the hassle sometimes involved in group cooking which is normal in most shabu-shabu restaurants. It also means you can eat shabu-shabu alone if need be and certainly at your own pace.

The motto of the restaurant is to enjoy shabu-shabu freely in western style surroundings. The atmosphere is warm and friendly. The reasons for Chaplin's prominence in the restaurant are that the owner admires Charlie Chaplin's philosophy of life, and that it is said that Chaplin was a great fan of shabu-shabu!

Mr. Kubota is aiming to provide an atmosphere which reflects the witty, humorous, friendly character of Chaplin touched with the required pathos.

Shabu-shabu originally came from China but was adopted by Japan a long time ago. It provides a well balanced meal. The Shabuchin dipping sauce is made from 18 ingredients using a secret recipe. A soy based dipping sauce is also available on request.

We tried the beef shabu-shabu which consisted of good quality sliced beef, Chinese cabbage, mushrooms, tofu, rice cake, noodles, chrysanthemum leaves, pumpkin, celery, carrots, bean vermicelli -- ¥1800. Later, if you have room, you can enjoy soup from the stock and a rice porridge. Pork shabu-shabu (¥1500) along with other dishes is also available. English menu is provided. We felt we had a very good quality meal at a very reasonable price.

- Fiona Lavery and Noriko Tashima

P.S. The staff are very sympathetic toward Gaijin. I had great difficulty fishing out the noodles with my chopsticks but was "rescued" by the manageress who willingly did the job for me.

See MAP on following page.



売 場 日 報

記入者		責任者	
-----	--	-----	--

昭和 年 月 日

氏 名	出勤時間	退勤時間	①延 時 間	② 食 事 休 憩	③実労働時間
			hour	hour	hour
			,	,	,
			,	,	,
合 計			hour	hour	hour

(伝票枚数) (客数) (回転率) (客単価@)

売		掛	
氏 名	売掛金	税金	合 計
合 計			

金種別	枚 数	金 額
10,000		
5,000		
1,000		
500		
100		
50		
10		
小 計		
釣 銭	(-)	
合 計		
売 掛 金		
販 売 合 計		
現金過不足	(+)	(-)

< 備 考 >

